

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Автор: Тутаева Л.А.

Наименование дисциплины: Б1.О.21 МАРКЕТИНГ

Цель освоения дисциплины: - формирование представления о роли маркетинга в экономическом развитии страны, региона, отрасли, конкретной фирмы;

- научить проводить комплексное исследование рынка (определение спроса, оценка конъюнктуры рынка); проведение сегментации потребителей, позиционирование товара, разрабатывать и внедрять медиаплан, прогнозировать ценовую и товарную политику на перспективу;

- дать навыки разработки маркетингового плана и систематического контроля его эффективной реализации.

1 Требования к результатам освоения дисциплины:

ОПК-3 Способен осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере агропромышленного комплекса	ОПК-3.1 Знать нормативные правовые акты в сфере агропромышленного комплекса	<i>Знать:</i> содержание маркетинговой концепции управления <i>Уметь:</i> ставить и решать задачи операционного маркетинга <i>Владеть:</i> методами разработки и реализации маркетинговых программ
	ОПК-3.2 Уметь использовать в профессиональной деятельности нормативные правовые акты в сфере агропромышленного комплекса	<i>Знать:</i> содержание маркетинговой концепции управления <i>Уметь:</i> использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований <i>Владеть:</i> методами разработки и реализации маркетинговых программ

	<p>ОПК-3.3 Владеть оценки профессиональной деятельности в соответствии с нормативными правовыми актами в сфере агропромышленного комплекса</p>	<p><i>Знать:</i> основы маркетинговых коммуникаций <i>Уметь:</i> использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований <i>Владеть:</i> методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>
<p>ПКО-12 Способен оформлять и представлять документацию по результатам производственной деятельности предприятия</p>	<p>ПКО-12.1 Знать: принципы анализа данных производственной деятельности предприятия.</p>	<p><i>Знать:</i> методы маркетинговых исследований <i>Уметь:</i> использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований <i>Владеть:</i> методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>
	<p>ПКО-12.2 Уметь оформлять документацию по результатам производственной деятельности предприятия</p>	<p><i>Знать:</i> содержание маркетинговой концепции управления <i>Уметь:</i> ставить и решать задачи операционного маркетинга <i>Владеть:</i> методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>
	<p>ПКО-12.3 Владеть: навыками анализа и представления документации по результатам производственной деятельности предприятия</p>	<p><i>Знать:</i> методы маркетинговых исследований <i>Уметь:</i> использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований <i>Владеть:</i> методами разработки и реализации маркетинговых программ</p>

2. Содержание дисциплины:

- Тема 1. Маркетинг как система деятельности на рынке
- Тема 2. Рынок, как экономическая основа маркетинга. Маркетинговая среда
- Тема 3. Управление маркетингом. Организация маркетинговой деятельности
- Тема 4. Товар, как элемент комплекса маркетинга. Сбытовой маркетинг
- Тема 5. Интегрированные маркетинговые коммуникации
- Тема 6. Цена и ценообразование в маркетинге. Покупательское поведение потребителей и деловое покупательское поведение
- Тема 7. Маркетинговая информация и исследования
- Тема 8. Маркетинг в бизнес-планировании. Эффективность маркетинговой деятельности на предприятии
- Тема 9. Особенности маркетинга в аграрном секторе экономики России. Региональный маркетинг.
- Тема 10. Международный маркетинг
- Тема 11. Промежуточная аттестация

3. Общая трудоемкость дисциплины: Б1.О.21 Маркетинг составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) (ЗЕ), (108 академических часов).